

**ANALISIS PENGARUH KUALITAS PRODUK
DAN HARAPAN KONSUMEN TERHADAP
KEPUTUSAN PEMBELIAN
(Batik Rasya Kota Pekalongan)**



TESIS

**Diajukan sebagai salah satu syarat
untuk menyelesaikan Program Pascasarjana
pada Program Studi Magister Manajemen
Universitas Diponegoro**

Disusun oleh :

**MOHAMMAD ROSYADA
NIM. C4A009054**

**PROGRAM STUDI MAGISTER MANAJEMEN
PROGRAM PASCA SARJANA
UNIVERSITAS DIPONEGORO
SEMARANG
2011**



Sertifikasi

Saya, Mohammad Rosyada, yang bertanda tangan dibawah ini menyatakan bahwa tesis yang saya ajukan ini adalah hasil karya saya sendiri yang belum pernah disampaikan untuk mendapatkan gelar pada program magister manajemen ini ataupun pada program lainnya. Karya ini adalah milik saya, karena itu pertanggungjawabannya sepenuhnya berada di pundak saya.

Mohammad Rosyada

24 Juni 2011

PENGESAHAN TESIS

Yang bertanda tangan dibawah ini menyatakan bahwa tesis yang berjudul:

**ANALISIS PENGARUH KUALITAS PRODUK
DAN HARAPAN KONSUMEN TERHADAP
KEPUTUSAN PEMBELIAN
(Batik Rasya Kota Pekalongan)**

yang disusun oleh Mohammad Rosyada, NIM C4A009054
telah dipertahankan di depan Dewan Penguji pada tanggal 24 Juni 2011
dan dinyatakan telah memenuhi syarat untuk diterima

Pembimbing Utama

Pembimbing Anggota

Drs. H. Mudiantono, MSc

Farida Indriani, SE, MM

Semarang 24 Juni 2011
Universitas Diponegoro
Program Pascasarjana
Program Studi Magister Manajemen
Ketua Program

Prof. Dr. Augusty Tae Ferdinand, MBA, DBA

ABSTRACT

The research was done as one effort to address issues raised in Rasya Batik Pekalongan showing the downward trend in sales during the years 2008-2010. Sales are declining may be an indication that a decline in purchases from customers Rasya Batik. The results of a literature review conducted directs researchers to examine the influence of product quality, and consumers' expectations of a purchase decision.

Data on product quality, consumer expectations and purchasing decisions obtained using questionnaires that have been structured questionnaires were then distributed to 54 respondents. The collected data were then analyzed using multiple regression test to prove whether or not the influence of each independent variable on the dependent variable.

Test results show, statistically proven that the product quality and consumer expectations have a positive and significant influence on purchase decisions. In which of the two independent variables, the expectations consumers have the greatest impact so that the policy implications that run should be focused on improving compliance with the hope that consumers want ..

Keywords: product quality, consumer expectations, purchasing decisions

ABSTRAKSI

Penelitian ini dilakukan sebagai salah satu upaya untuk menjawab permasalahan yang terjadi di Batik Rasya Pekalongan yang menunjukkan terjadinya kecenderungan penurunan penjualan selama tahun 2008–2010. Penjualan yang menurun tersebut dapat menjadi indikasi bahwa terjadi penurunan pembelian dari pelanggan Batik Rasya. Hasil telaah pustaka yang dilakukan mengarahkan peneliti untuk menguji pengaruh kualitas produk, dan harapan konsumen terhadap keputusan pembelian.

Data mengenai kualitas produk, harapan konsumen dan keputusan pembelian diperoleh dengan menggunakan kuesioner Kuesioner yang telah tersusun tersebut selanjutnya disebarkan kepada 54 responden. Data yang terkumpul selanjutnya dianalisis dengan menggunakan uji regresi berganda untuk membuktikan ada atau tidaknya pengaruh dari masing-masing variabel independen terhadap variabel dependen.

Hasil pengujian menunjukkan, secara statistik dapat dibuktikan bahwa kualitas produk dan harapan konsumen memiliki pengaruh yang positif dan signifikan terhadap keputusan pembelian. Dimana dari kedua variabel independen tersebut, harapan konsumen memiliki pengaruh yang paling besar sehingga implikasi kebijakan yang dijalankan harus difokuskan pada peningkatan pemenuhan harapan yang diinginkan konsumen..

Kata kunci : kualitas produk, harapan konsumen, keputusan pembelian

KATA PENGANTAR

Puji syukur yang mendalam penulis haturkan kepada Allah SWT dan Rasul-Nya atas segala berkah dan anugerah yang telah diberikan kepada penulis sehingga tesis yang berjudul **“Analisis Pengaruh Kualitas Produk dan Harapan Konsumen Terhadap Keputusan Pembelian (Batik Rasya Kota Pekalongan)”** dapat diselesaikan dengan baik.

Penulis menyampaikan rasa hormat dan terima kasih yang sedalam-dalamnya kepada berbagai pihak yang telah berkenan memberikan bimbingan, bantuan, perhatian baik secara langsung maupun tidak langsung, antara lain :

1. Drs. H. Mudiantono, MSc selaku pembimbing utama dan Ibu Farida Indriani, SE, MM selaku pembimbing anggota yang telah memberikan perhatian dan bimbingan sejak awal penulisan tesis ini hingga selesai.
2. Prof. Dr. Augusty Ferdinand, MBA selaku Ketua Program Studi Magister Manajemen Universitas Diponegoro.
3. Drs. Ibnu Widiyanto, MA selaku Deputy Direktur I Program Studi Magister Manajemen Universitas Diponegoro
4. Seluruh staf pengajar, karyawan dan karyawan yang telah memberikan kesempatan, bimbingan serta fasilitas yang diperlukan sehingga tesis ini dapat diselesaikan dengan baik.
5. Keluarga penulis terutama ayahanda dan ibunda tercinta, kakak, istri dan anakku tercinta atas dukungannya selama ini.

6. Seluruh responden penelitian, atas kesediaannya untuk meluangkan waktu menjawab kuesioner penelitian.
7. Berbagai pihak yang tidak dapat penulis sebutkan satu persatu yang turut serta memberikan bantuan dalam penyelesaian tesis ini.

Penulis menyadari bahwa tesis ini masih memiliki kekurangan, oleh karena itu kritik dan saran bagi peningkatan kualitas penulisan ilmiah serta penelitian lanjutan sangat diharapkan.

Akhirnya penulis berharap semoga tesis ini dapat memberikan manfaat bagi dunia pendidikan.

Semarang, 24 Juni 2011

Penulis

Mohammad Rosyada

DAFTAR ISI

Halaman Judul.....	i
Halaman Pernyataan Keaslian Tesis.....	ii
Halaman Pengesahan Tesis.....	iii
Abstract.....	iv
Abstraksi.....	v
Kata Pengantar.....	vi
Daftar Isi.....	viii
Daftar Tabel.....	xi
Daftar Gambar.....	xii
Daftar Lampiran.....	xiii
Daftar Rumus.....	xiv

BAB I PENDAHULUAN

1.1 Latar Belakang Masalah.....	1
1.2 Perumusan Masalah.....	5
1.3 Pertanyaan Penelitian.....	5
1.4 Tujuan dan Kegunaan Penelitian.....	5

BAB II TELAAH PUSTAKA, IDENTIFIKASI KEBIJAKAN DAN PENGEMBANGAN MODEL PENELITIAN EMPIRIK

2.1	Telaah Pustaka.....	7
2.1.1	Keputusan Pembelian.....	7
2.1.2	Kualitas Produk.....	9
2.1.3	Harapan Konsumen.....	11
2.2	Perumusan Hipotesis.....	12
2.3	Kebijakan Perusahaan dan Indikator Penelitian.....	13
2.3.1	Kualitas Produk.....	13
2.3.2	Harapan Konsumen.....	18
2.3.3	Keputusan Pembelian.....	21
2.4	Pengembangan Model Empiris.....	23

BAB III METODE PENELITIAN

3.1	Tipe Penelitian.....	24
3.2	Populasi dan Sampel.....	24
3.3	Jenis dan Sumber Data.....	26
3.4	Metode Pengumpulan Data.....	27
3.5	Analisis Data.....	29

BAB IV HASIL ANALISIS DAN PEMBAHASAN

4.1	Karakteristik Responden.....	36
4.2	Analisis Deskriptif.....	37
4.2.1	Variabel Kualitas Produk.....	39
4.2.2	Variabel Harapan Konsumen.....	41

4.2.3	Variabel Keputusan Pembelian.....	42
4.3	Pengujian Validitas dan Reliabilitas Instrumen.....	44
4.3.1	Uji Validitas.....	44
4.3.2	Uji Reliabilitas.....	45
4.4	Uji Asumsi Klasik.....	45
4.4.1	Normalitas Data.....	46
4.4.2	Uji Multikolinieritas.....	47
4.4.3	Uji Heteroskedastisitas.....	47
4.5	Uji Hipotesis.....	48
4.5.1	Pengaruh Kualitas Produk - Keputusan Pembelian....	49
4.5.2	Pengaruh Harapan Konsumen – Keputusan Pembelian.	50
4.5.3	Uji-F.....	50

BAB V PENUTUP

5.1	Kesimpulan.....	52
5.2	Implikasi Teoritis.....	56
5.3	Implikasi Kebijakan Manajerial.....	57
5.4	Keterbatasan Penelitian.....	59
5.5	Agenda Penelitian Mendatang.....	60

DAFTAR PUSTAKA

DAFTAR TABEL

Tabel 1.1	Penjualan Batik Sutra Tulis ATBM Merek Rasya Periode Tahun 2008 - 2010.....	3
Tabel 4.1	Persentase Responden Berdasarkan Jenis Kelamin.....	36
Tabel 4.2	Persentase Responden Berdasarkan Usia.....	37
Tabel 4.3	Nilai Indeks Variabel Kualitas Produk.....	39
Tabel 4.4	Deskripsi Indeks Kualitas Produk.....	40
Tabel 4.5	Nilai Indeks Variabel Harapan Konsumen.....	41
Tabel 4.6	Deskripsi Indeks Harapan Konsumen.....	42
Tabel 4.7	Nilai Indeks Variabel Keputusan Pembelian.....	43
Tabel 4.8	Deskripsi Indeks Keputusan Pembelian.....	43
Tabel 4.9	Hasil Pengujian Validitas.....	44
Tabel 4.10	Hasil Pengujian Reliabilitas.....	45
Tabel 4.11	Kolmogorov-Smirnov.....	46
Tabel 4.12	Hasil Uji Multikolinieritas.....	47
Tabel 4.13	Hasil Uji Heteroskedastisitas.....	48
Tabel 4.14	Hasil Regresi.....	49
Tabel 4.15	Uji-F.....	50
Tabel 4.16	Koefisien Determinasi.....	51

DAFTAR GAMBAR

Gambar 1.1	Grafik Data Penjualan Batik Tulis Sutra ATBM Merek Rasya Periode Tahun 2008 - 2010.....	4
Gambar 2.1	Bahan Baku Produk Batik Rasya.....	13
Gambar 2.2	Proses Pembuatan Desain Produk.....	14
Gambar 2.3	Proses Pewarnaan.....	15
Gambar 2.4	Kombinasi Warna Produk Batik Rasya.....	15
Gambar 2.5	Produk Batik Rasya.....	16
Gambar 2.6	Kualitas Jahitan Produk Batik Rasya.....	17
Gambar 2.7	Indikator Kualitas Produk.....	17
Gambar 2.8	Stock Produk Batik Rasya.....	19
Gambar 2.9	Size Produk.....	19
Gambar 2.10	Lokasi Toko Batik Rasya.....	20
Gambar 2.11	Indikator Harapan Konsumen.....	21
Gambar 2.12	Indikator Keputusan Pembelian.....	23
Gambar 2.13	Pengembangan Model Empiris.....	23
Gambar 5.1	Peningkatan Keputusan Pembelian-Proses 1.....	53
Gambar 5.2	Peningkatan Keputusan Pembelian-Proses 2.....	54

DAFTAR LAMPIRAN

Lampiran 1	Kuesioner Penelitian.....
Lampiran 2	Data Responden.....
Lampiran 3	Hasil Output SPSS.....
Lampiran 4	Riwayat Hidup Penulis.....

DAFTAR RUMUS

Rumus 1	Penentuan Sampel.....	25
Rumus 2	Rumus Angka Indeks.....	29
Rumus 3	Persamaan Regresi Linier Berganda.....	33
Rumus 4	Rumus Uji <i>Glejser Test</i>	45

BAB I

PENDAHULUAN

1.1 Latar Belakang Masalah

Munculnya persaingan dalam dunia bisnis di era globalisasi seperti sekarang ini merupakan hal yang tidak dapat dihindari. Dengan adanya persaingan global seperti sekarang ini, maka perusahaan-perusahaan dihadapkan pada berbagai peluang dan ancaman baik yang berasal dari luar maupun dari dalam negeri. Persaingan dalam dunia bisnis yang semakin ketat, membuat para pengusaha berusaha mencari strategi yang tepat dalam memasarkan produknya (Kotler dan Armstrong, 2004).

Selain itu para pengusaha juga ingin mengetahui faktor apa saja yang dapat mempengaruhi konsumen untuk membeli produknya. Niat pembelian diperoleh dari suatu proses belajar dan proses pemikiran yang membentuk suatu persepsi. Niat pembelian ini menciptakan suatu motivasi yang terus terekam dalam benaknya dan menjadi suatu keinginan yang sangat kuat yang pada akhirnya ketika seorang konsumen harus memenuhi kebutuhannya akan mengaktualisasikan apa yang ada didalam benaknya itu (Oliver, 1997).

Untuk memenuhi kebutuhan tersebut perusahaan dituntut mampu memahami keinginan dan kebutuhan konsumen agar tetap *survive*. Diterima tidaknya produk yang dijual sangat tergantung pada persepsi konsumen atas produk tersebut. Jika konsumen merasa produk tersebut dapat memenuhi

kebutuhan dan keinginannya pasti konsumen akan membeli produk tersebut (Oliver, 1997).

Pada umumnya konsumen bersedia untuk membeli apabila produk selalu disesuaikan dengan harapan yang dimiliki, ketika akan mengkonsumsinya. Hal ini sesuai dengan pendapat Parasuraman dan Zeithaml (1991) bahwa seorang konsumen mau mengorbankan uang yang dimilikinya untuk membeli produk tertentu apabila produk tersebut mampu memenuhi harapannya. Lebih lanjut dikatakannya bahwa kunci untuk membuat konsumen mengalami kepuasan dalam mengkonsumsi suatu produk dapat dicapai dengan memahami dan menanggapi harapan konsumen tersebut. Kepuasan konsumen didefinisikan bahwa kepuasan adalah penilaian evaluatif pilihan terakhir dari transaksi tertentu dan kepuasan konsumen inilah yang sangat diharapkan oleh perusahaan.

Obyek dalam penelitian ini adalah perusahaan Rasya, dimana Rasya adalah sebuah perusahaan yang bergerak dalam bidang usaha batik. Beberapa jenis produk menurut bahan baku mempunyai 3 jenis produk yang diproduksi yaitu: (1) menggunakan bahan rayon, (2) menggunakan bahan katun dan (3) menggunakan bahan sutra ATBM. Dari ketiga jenis produk tersebut yang selama ini menjadi produk andalan dari perusahaan Rasya adalah produk batik sutra tulis ATBM. Namun dalam dua tahun terakhir ini terdapat kecenderungan penurunan penjualan dari batik sutra tulis ATBM merek Rasya. Hal tersebut dapat dilihat pada Tabel 1.1. berikut:

Tabel 1.1
Penjualan Batik Sutra Tulis ATBM Merek Rasya Periode Tahun 2008 - 2010

<i>Waktu Pembelian</i>	<i>Penjualan Batik Sutra Tulis ATBM Merek Rasya Tahun 2008 (dalam jutaan rupiah)</i>	<i>Penjualan Batik Sutra Tulis ATBM Merek Rasya Tahun 2009 (dalam jutaan rupiah)</i>	<i>Penjualan Batik Sutra Tulis ATBM Merek Rasya Tahun 2010 (dalam jutaan rupiah)</i>
Januari	63	61	58
Februari	61	60	59
Maret	58	56	51
April	53	48	45
Mei	52	45	41
Juni	48	42	36
Juli	43	35	22
Agustus	34	37	15
September	27	33	37
Oktober	51	44	40
November	54	47	42
Desember	52	56	38
Jumlah	596	564	484

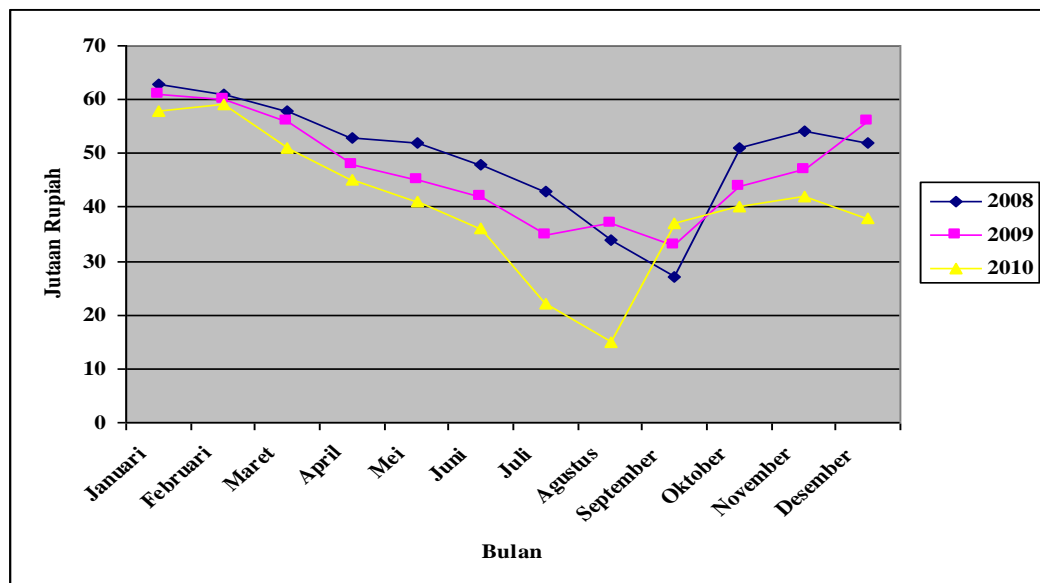
Sumber: Laporan Penjualan Batik Rasya, 2010

Berikut ini disajikan grafik penjualan batik sutra tulis ATBM merek Rasya periode tahun 2008-2010.

Gambar 1.1

Grafik Data Penjualan Batik Tulis Sutra ATBM Merek Rasya

Periode Tahun 2008-2010



Berdasarkan Tabel 1.1 dapat dilihat bahwa telah terjadi penurunan yang signifikan pada tahun 2010, dimana angka penjualan menurun dari 596 juta rupiah pada tahun 2008 menjadi 484 juta rupiah pada tahun 2010.

Penurunan penjualan lebih banyak disebabkan karena persaingan dalam usaha batik sangat tinggi dan konsumen mempunyai banyak alternatif sebelum mengambil keputusan untuk membeli sehingga ada kemungkinan konsumen tidak loyal. Sehingga sangat diperlukan strategi yang tepat dari batik Rasya untuk menarik konsumen untuk menaikkan tingkat pembelian mereka terhadap produk batik sutra tulis ATBM merek Rasya, melalui peningkatan kualitas produk dan melakukan penyesuaian dengan harapan yang diinginkan konsumen.

1.2 Perumusan Masalah

Berdasarkan latar belakang masalah yang telah diuraikan diatas, dapat ditarik kesimpulan bahwa masalah yang terjadi di Batik Rasya adalah terjadi penurunan penjualan produk pada dua tahun terakhir, dari angka 596 juta rupiah pada tahun 2008 menjadi 564 juta rupiah pada tahun 2009 dan menurun signifikan pada tahun 2010 di level 484 juta rupiah.

Oleh karena itu perumusan masalah dalam penelitian ini adalah “Bagaimana menaikkan tingkat pembelian konsumen terhadap produk batik sutra tulis ATBM merek Rasya agar angka penjualan produk tersebut meningkat”

1.3 Pertanyaan Penelitian

Berdasarkan perumusan masalah penelitian diatas maka dapat ditarik beberapa pertanyaan penelitian sebagai upaya untuk menentukan variabel-variabel yang digunakan sebagai pendekatan untuk menjawab permasalahan penelitian. Adapun pertanyaan-pertanyaan penelitian tersebut adalah :

1. Apakah terdapat pengaruh kualitas produk terhadap keputusan pembelian?
2. Apakah terdapat pengaruh harapan konsumen terhadap keputusan pembelian?

1.4 Tujuan dan Kegunaan Penelitian

1.4.1 Tujuan Penelitian

Tujuan dari penelitian ini adalah sebagai berikut :

1. Menganalisis pengaruh kualitas produk terhadap keputusan pembelian
2. Menganalisis pengaruh harapan konsumen terhadap keputusan pembelian

1.4.2 Kegunaan Penelitian

Suatu penelitian diarahkan mencapai tujuan yang telah ditetapkan akan lebih bernilai manakala hasil penelitian tersebut mampu memberikan kemanfaatan atau kontribusi baik secara teoritis maupun praktis. Adapun hasil dari penelitian ini diharapkan dapat :

1. Memberi kontribusi bagi kepentingan manajerial batik Rasya dalam mengambil keputusan tentang faktor-faktor yang berpengaruh pada keputusan membeli konsumen sehingga untuk selanjutnya dapat menjadi pertimbangan bagi perusahaan untuk menentukan strategi yang tepat.
2. Sebagai bahan referensi bagi peneliti lain untuk pengembangan ilmu lebih lanjut, yang terkait dengan bidang manajemen pemasaran.